Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Redaktion: Dr. Hans E. Mühlemann
Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel
Erscheint wöchentlich - Basel, den 17. Februar 1951 - 51. Jahrgang - Nr. 7

Rückvergütung und Verkauf zu Tagespreisen

Von Dr. E. Hasselmann

Dem Organ des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften, der früheren «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau», die seit Anfang Januar dieses Jahres unter dem Namen «Der Verbraucher» herausgegeben wird, entnehmen wir den folgenden Beitrag, den wir allen unsern Lesern zu besonderer Beachtung empfehlen.

Wir möchten den Artikel nicht wiedergeben, ohne bei dieser Gelegenheit auf die hervorragende Gestaltung dieses deutschen Genossenschaftsorgans hingewiesen zu haben, das sich stets in äusserst geschickter Weise mit aktuellen Genossenschaftsfragen beschäftigt.

Die hier behandelte Frage scheint uns auch für die schweizerische Genossenschaftsbewegung von entscheidender Bedeutung zu sein, weshalb wir uns vorbehalten, in einer spätern Nummer darauf zurückzukommen, um von schweizerischer Warte aus uns ebenfalls zu diesem Problem zu äussern.

Der Verfasser des Artikels, *Dr. Erwin Hasselmann*, der während Jahren im Sekretariat des Internationalen Genossenschaftsbundes in London tätig war, ist heute Mitglied des Vorstandes des Zentralverbandes und leitet in dieser Eigenschaft die Abteilungen Presse, Propaganda und Erziehungswesen des Verbandes.

Die Redaktion

Bei der Behandlung der Rochdaler Grundsätze wird oft der Verkauf zu Tagespreisen in einem Atemzuge mit dem Rückvergütungsprinzip genannt, gerade als ob es sich um zwei gleichwertige Prinzipien handle. Das ist jedoch nicht der Fall. Wie die von dem Wiener Kongress des Internationalen Genossenschaftsbundes im Jahre 1930 eingesetzte Kommission zum Studium der Rochdaler Prinzipien in ihrem Bericht an den Londoner Kongress feststellte, ist der Verkauf zu Tagespreisen zwar von den Rochdalern praktiziert, aber niemals als ein Grundsatz konstituiert worden. Der Ausschuss hat es infolgedessen auch eindeutig abgelehnt, diese Praxis mit unter die Grundsätze aufzunehmen. Unter den sieben klassischen Rochdaler Prinzipien finden wir also keinen Grundsatz des Verkaufs zu Tagespreisen, und es wird darüber hinaus ausdrücklich festgestellt, dass es falsch sei, diese Praxis als einen Grundsatz anzusehen und sie damit gewissermassen zu einem festen Bestandteil der Genossenschaftsideologie zu machen.

Grundsätzliches zur Rückvergütung

Wohl ist es richtig, dass die Rochdaler Pioniere den Verkauf zu Tagespreisen und die Einrichtung der Rückvergütung in einem engen Zusammenhang gesehen haben. Der Verkauf zu Tagespreisen wirft eben die Frage auf: Was machen wir als Genossenschafter mit dem Ueberschuss? Und die Antwort der Rochdaler Pioniere lautete: Rückvergütung nach dem Warenbezug. Im übrigen haben die Rochdaler mit dieser Antwort auch nicht einen Wesensgrundsatz der Konsumgenossenschaft konstatiert, sondern nur die ausserordentlich glückliche Methode der *Verwirklichung eines genossenschaftlichen Wesensgrundsatzes* gefunden. Den eigentlichen Wesensgrundsatz, der dahinter steht, könnte man etwa als die Ausschaltung des Kapitalprofits als herrschenden Motivs (und damit der Herrschaft des Kapitals) bezeichnen. Wenn wir unter einem genossenschaftlichen Wesensgrundsatz die Formulierung eines Wesenselements verstehen, ohne das die betreffende Organisation eben keine Genossenschaft wäre, so kann man den Unterschied zwischen Grundsatz und Methode im vorliegenden Fall leicht und eindeutig durch die Frage klären: Ist eine Genossenschaft denkbar, in der das herrschende Motiv der Kapitalprofit ist? Offensichtlich nicht. Dagegen wäre theoretisch eine Genossenschaft schon vorstellbar, die ihre Ueberschüsse auf andere Weise als nach dem Bezug der Mitglieder verteilt, etwa als Kollektiveigentum im Betrieb belässt oder für soziale Zwecke verwendet. Aber das eine kann hier mit vollem Recht gesagt werden: es gibt keine gerechtere, bessere und praktisch wirksamere Methode der Ausschaltung des

Sie lesen heute

- *Lehrlinge und genossenschaftlicher Nachwuchs*
- *Bei uns geht das nicht*
- *Telephongenossenschaften in den USA*
- *Wir Co-optimisten*

Kapitalprofits als die der Rückvergütung. Die grosse historische Leistung der Rochdaler Weber, diese Methode mit anderen Grundsätzen und praktischen Regeln zu einem System vereinigt und ihr dadurch allgemeine Anerkennung in der Genossenschaftsbewegung der Welt gesichert zu haben, wird durch diese Abgrenzung zwischen Wesensgrundsatz und Methode in keiner Weise geschmälert.

Die Rückvergütung erfunden (gemeinhin wird Charles Howarth für den Erfinder gehalten) oder als erste eingeführt zu haben, kann übrigens die Rochdaler Genossenschaft kaum für sich in Anspruch nehmen. Es ist ziemlich sicher, dass die Genossenschaft in Lennoxtown in Schottland die erste war, die ihre Ueberschüsse als Rückvergütung auf den Warenbezug verteilt hat, und zwar schon im Jahre 1812. In den 20er und 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts hat dann, wie Prof. G. D. H. Cole in seinem gründlichen genossenschaftlichen Geschichtswerk «Ein Jahrhundert englische Genossenschaftsbewegung» feststellt, eine ganze Anzahl von Genossenschaften, darunter eine der damals führenden Londoner Genossenschaften und die im Jahre 1827 gegründete und heute noch bestehende Genossenschaft Meltham Mills in Yorkshire, Rückvergütung auf den Warenbezug ausgeschüttet. Aber erst die Rochdaler Pioniere haben die Rückvergütung in den Mittelpunkt eines genossenschaftlichen Systems gestellt und damit einen durchschlagenden Erfolg erzielt. Das ist, wie gesagt, ihre historische Leistung.

Verkauf zu Tagespreisen oder aktive Preispolitik?

Dass die Rochdaler Pioniere zu Tagespreisen verkauften, ist aus ihrer damaligen Situation durchaus verständlich: sie fingen klein an, ihre Mittel waren sehr begrenzt, und sie konnten sich auf einen Preiskampf mit diesen Mitteln nicht einlassen. Aber auch später haben sie es im allgemeinen bei dem Verkauf zu Tagespreisen bewenden lassen, wenn sie diese Regel auch nicht immer wörtlich genommen haben. Die britischen Konsumgenossenschaften und auch viele Genossenschaften in anderen Ländern haben sich die Rochdaler Praxis zu eigen gemacht, und hier und da hat man, wie gesagt, sogar einen Grundsatz daraus zu machen versucht.

Freilich, sobald die Konsumgenossenschaftsbewegung eine bestimmte Grösse und Stärke erreicht hat, tritt an sie die Frage heran: Soll sie die auf dem Markt herrschenden Preise einfach akzeptieren und den Nutzen ihrer Arbeit nur ihren Mitgliedern in Form der Rückvergütung zugute kommen lassen, oder soll sie versuchen, das Preisniveau durch eine aktive Preispolitik direkt zu beeinflussen und damit die Verbraucherschaft als Ganzes in den Genuss der Früchte ihres Wirkens kommen lassen? Und da haben sich die fortschrittlichen Genossenschaftsbewegungen im allgemeinen für eine aktive Preispolitik entschieden, auch wenn sie dabei die Höhe der Rückvergütung stark reduzieren mussten. In Schweden, wo die Genossenschaften den stärksten Einfluss auf das Preisniveau gewonnen haben und es in vielen Fällen eindeutig bestimmen, ist die Rückvergütung sehr niedrig. (Der Durchschnitt dürfte ungefähr bei 2 bis 3% liegen.) Die Mitglieder ziehen es in Schweden vor, die materiellen Vorteile der genossenschaftlichen Organisation sofort im Preis zu erhalten und verzichten auf eine hohe Rückvergütung. Aehnlich liegen die Verhältnisse in Finnland, wo die Rückvergütung sich im Durchschnitt auf nur etwa 1½% beläuft. Kaum jemand wird in diesen Ländern sich über die niedrige Rückvergütung beklagen, auch wenn der Unterschied zwischen den Preisen der Genossenschaften und denen der Privathändler nicht allzu gross ist, weiss man doch, dass die Preise der Privathändler nur deshalb so niedrig sind, weil die Genossenschaften die Privatwirtschaft gezwungen haben, auf einen Teil ihrer Gewinnspanne zu verzichten.

Aktive Preispolitik und Rationalisierung

Allerdings wissen die Schweden wie die Finnen, dass sie nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen dürfen, dass aktive Preispolitik bedeutet, auf allen Gebieten Vorbildliches zu leisten, damit niemand ihnen die führende Rolle auf dem Markt streitig machen kann. Mauritz *Bonow*, Vorstandsmitglied des KF (Verband und Grosseinkaufsgesellschaft der schwedischen Konsumgenossenschaften) hat zu diesem Thema einmal gesagt: «Die Genossenschaftsbewegung muss ständig alle Möglichkeiten zur Rationalisierung auf dem Gebiet der Produktion und der Verteilung überprüfen und wagemutig nutzen. Eine aktive Konkurrenz der Genossenschaften zwingt gleichzeitig auch den Privathandel zur Rationalisierung.» Mauritz Bonow wies in diesem Zusammenhang auf das Problem der Selbstbedienung hin. Die Verteilungskosten seien in Schweden zu 80% Personalkosten, und diese Personalkosten könne man sehr wesentlich reduzieren durch die Einführung der Selbstbedienung, ohne dass dabei das Personal selbst reduziert zu werden brauche. Selbstbedienung bedeute Umsatzerhöhung ohne Personalvermehrung, das heisst also Kostenreduzierung, und in diesem Sinne sei der Selbstbedienungsladen ein vorzügliches Instrument einer aktiven Preispolitik. Auch hier dürften die Genossenschaften sich nicht mit dem Ruhm begnügen, die ersten gewesen zu sein, die hier den Weg gebahnt hätten für die Rationalisierung des Verteilungswesens. Man müsste ständig nach neuen Wegen suchen, den Bedarf scharf beobachten, neuen Bedürfnissen entgegenkommen usw. Alles das gehöre zu einer aktiven Preispolitik.

Wenn man diese Auffassungen der Idee des Verkaufs zu Tagespreisen gegenüberstellt, so wird einem sofort klar, wie wenig fortschrittlich dieser verstaubte «Grundsatz» ist. Auf der einen Seite unternehmerische Initiative, Eroberung von Neuland, Leben und Fortschritt, auf der anderen Seite der alte Trott in ausgefahrenen Geleisen und die Gefahr, dass man von anderen, die neue Wege gehen, überholt wird.

Wie steht es nun in England, dem klassischen Land der Rochdaler Prinzipien, mit dem Verkauf zu Tagespreisen und der Rückvergütung? Sogar in England ist der Verkauf zu Tagespreisen keineswegs ein Dogma, aber als Praxis ist er noch weiter verbreitet als etwa in Schweden oder in Finnland. Zwar hat die englische Konsumgenossenschaftsbewegung vor einigen Jahren einmal einen grossen Anlauf zu einer aktiven Preispolitik als Gesamtbewegung gemacht: durch einen Beschluss der zentralen Instanzen wurden alle Konsumgenossenschaften aufgefordert, die Preise für gewisse Lebensmittel herabzusetzen, und zwar recht erheblich herabzusetzen (bis zu 15%). Die meisten Genossenschaften sind dieser Initiative auch gefolgt. Aber nach etwa einem Jahre ist diese Gegenoffensive gegen die inflationistischen Tendenzen der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung zusammengebrochen. Fast alle Genossen-

schaften haben die Preisherabsetzungen wieder rückgängig gemacht. Das war zwar im wesentlichen das Resultat der allgemeinen Preis- und Kostenentwicklung, aber es muss hier eindeutig festgestellt werden, dass auch die Haltung der Mitglieder selbst zu diesem Fehlschlag beigetragen hat. Es stellte sich nämlich heraus, dass die Mitglieder nicht, oder nur in sehr begrenztem Ausmass, bereit waren, auf ihre hohen Rückvergütungen zu verzichten. In England, und besonders in Schottland, ist es also anders als in Schweden und Finnland. Dort zahlt das Mitglied lieber etwas höhere Preise, um Mitte und Ende des Geschäftsjahres eine relativ und auch absolut sehr hohe Rückvergütung zu beziehen. Der Preis, den die Genossenschaft dafür bezahlt, ist ein weitgehender Verzicht auf die aktive Preispolitik, das heisst also auf die Beeinflussung des allgemeinen Preisniveaus.

Rückvergütungssätze in England

Trotz dieser Haltung der Mitglieder zeigen die Rückvergütungssätze auch in England schon seit 1942 eine stetig sinkende Tendenz. So zeigt die letzte Aufstellung der Jahres- und Halbjahresergebnisse einzelner Genossenschaften in der «Co-operative Review», dem Organ des Genossenschaftsverbandes, dass von 183 berichtenden Genossenschaften nur sieben ihre Rückvergütung leicht erhöht und 27 keine Veränderungen vorgenommen hatten. Alle anderen hatten die Rückvergütung herabgesetzt, und zwar oft recht erheblich — in einer ganzen Reihe von Fällen zwischen 2 und 4%. Dass trotzdem die Rückvergütung in England noch immer sehr hoch ist im Vergleich mit anderen Ländern, zeigt eine Untersuchung des wissenschaftlichen Mitarbeiters der Co-operative Union, J. A. Hough M. A., in den «Co-operative News» vom 6. Januar. Mr. Hough stellt fest, dass im Jahre 1949 fast 78% der Mitglieder aller Konsumgenossenschaften in Grossbritannien noch eine über 5% liegende Rückvergütung erhielten. 22% erhielten eine Rückvergütung von über 2½ bis 5%, und nur 0,51% der Mitglieder erhielten eine Rückvergütung von 2½% oder weniger. Von den insgesamt 1024 Genossenschaften zahlten 324, deren Mitgliederzahl 41,58% der gesamten Mitgliedschaft ausmacht, über 5% bis einschliesslich 7½% Rückvergütung. 323 Genossenschaften mit 25,37% der Gesamtmitgliedschaft zahlten über 7½ bis 10% Rückvergütung, 164 Genossenschaften mit 7,57% der Gesamtmitgliedschaft zahlten über 10 bis 12½% Rückvergütung, 61 Genossenschaften mit 2,92% der Mitgliedschaft zahlten über 12½% bis 15% Rückvergütung, und eine Genossenschaft mit etwa 5000 Mitgliedern brachte es noch fertig, über 15% Rückvergütung zu zahlen. (Vor 1942 gab es, vor allem in Schottland, eine ganze Reihe von Genossenschaften, die so hohe Rückvergütungen zahlten.) Die durchschnittliche Rückvergütung für die gesamte Bewegung betrug im Jahre 1949 immer noch 6⅞% gegen 9⅛% im Jahre 1944. Mr. Hough schliesst seinen Artikel mit den Worten: «Man macht sich gegenwärtig grosse Sorgen darüber, dass die niedrigeren Rückvergütungssätze den Umsatz ungünstig beeinflussen könnten. Bisher haben wir jedoch noch keinen schlüssigen Beweis dafür, dass das wirklich so ist. Es ist jedenfalls durchaus zweifelhaft, ob höhere Rückvergütungssätze gegenwärtig den Umsatz überhaupt beeinflussen.» Trotzdem hält es Mr. Hough in einem anderen Artikel in der «Co-operative Review» vom Januar 1951 für alarmierend, dass im Jahre 1950 möglicherweise mehr als 100 Genossenschaften (von über 1000) eine Rückvergütung von unter 5% zahlen könnten. Das ist bezeichnend, einmal für die Einstellung der Mitgliedschaft und zum anderen auch für die Schwierigkeiten einer aktiven genossenschaftlichen Preispolitik in England. In England liegen die Dinge so, dass die Ueberkultivierung der Rückvergütung einmal bei den Mitgliedern das Genossenschaftsinteresse weitgehend zu einem blossen Rückvergütungsinteresse gemacht hat und zum anderen es den Genossenschaften selbst ausserordentlich schwer gemacht hat, von der einer so grossen und starken Bewegung wenig würdigen Praxis des Verkaufs zu Tagespreisen loszukommen.

Bei aller Bejahung der Rückvergütung darf die Rückvergütung selbst nicht zu einem Hemmschuh für die genossenschaftliche Entwicklung werden. Wichtiger als hohe Rückvergütungen ist der Einfluss der Genossenschaften auf die Preisbildung. Niemand wird dabei den Wert der Rückvergütung unterschätzen oder gar für ihre Beseitigung eintreten wollen. Es handelt sich hier nicht um ein Entweder-Oder; eine leistungsfähige Genossenschaft wird weder auf die aktive Preispolitik noch auf eine angemessene Rückvergütung zu verzichten brauchen.

Neue Trauerbotschaften

hat uns der Anfang dieser Woche gebracht. Wiederum lösten sich verheerende Lawinenzüge, um diesmal unseren Südkanton heimzusuchen. Unersetzliche Menschenleben und ersetzbare Sachwerte hat der weisse Tod wiederum gefordert. Das mahnt, in unseren Bemühungen fortzufahren und da zu helfen, wo wir es können. Vermehrte Anstrengungen sind notwendig!
Erfreulich ist es, festzustellen, wie allenthalben auch in unseren Reihen die Hilfsbereitschaft wach ist. Ueber *sechs Millionen Franken* hat bis heute die Sammlung des Roten Kreuzes ergeben. Gegen *50 000 Franken* sind bis dahin aber auch auf das Postkonto der Patenschaft Co-op einbezahlt worden. Wir bitten, auch weitere Spenden einzuzahlen auf

Postkonto V 843 Basel der Patenschaft Co-op

Unsere Bereitschaft zu tatkräftigster Hilfe sei Ausdruck unserer Verbundenheit mit den von schwersten Schicksalsschlägen heimgesuchten Mitbürgern. *Die Redaktion*

Lehrlinge und genossenschaftlicher Nachwuchs

Unter dem Titel «Lehrlinge in den Genossenschaftsläden?» wurde in der Nummer vom 27. Januar ein Thema angeschnitten, das als interessante Diskussionsbasis dienen kann, um so mehr als damit das genossenschaftliche Nachwuchsproblem überhaupt aufgeworfen wird. Allerdings werden auch Fragen berührt, die man im Interesse der Sache getrennt behandelt sehen möchte, so unter anderem: Das genossenschaftliche Nachwuchsproblem im allgemeinen; die Stellung des Nachwuchses aus den «eigenen Reihen»; die vermehrte Heranziehung der «Elite der weiblichen Angestellten» über die Stellung einer Filialleiterin hinaus. Wir wollen uns aber vorderhand auf die eindeutig gestellte Frage «Lehrlinge in den Genossenschaftsläden?» beschränken. Im Interesse des beruflichen Nachwuchses, oder besser: im Interesse der Erweiterung und Ergänzung des Verkaufsdienstes im Lebensmittelhandel durch männliche Verkäufer können wir diese Frage vorbehaltlos mit Ja beantworten.

Der moderne Lebensmittelladen (nicht nur der Selbstbedienungsladen) vermag auch dem männlichen Verkäufer berufliche Befriedigung, vor allem aber auch eine Existenz zu bieten.

Dem Beruf eines Lebensmittelverkäufers wurde bisher in der Schweiz zu wenig Beachtung geschenkt. Es ist daher nur zu begrüssen, wenn der Verkäuferberuf in Zukunft eine gesunde Durchsetzung mit männlichen Verkäufern erfährt.

Der Lebensmittelverein Zürich hat damit begonnen, männliche Verkäufer auszubilden. Im Herbst 1949 und im Frühjahr 1950 wurden *13 Verkäuferlehrlinge* eingestellt. Die Umsatzentwicklung in den Läden, ein erhöhter Personalbestand und die Selbstbedienung legten den Gedanken nahe, die Möglichkeit der Heranbildung männlicher Filialleiter für die grossen Filialen zu prüfen. Ein Versuch wurde unternommen. Die betreffenden Inserate brachten zahlreiche Offerten, jedoch nur wenige brauchbare, sei es, dass die beruflichen Voraussetzungen fehlten, sei es, dass die Bewerber altershalber aus der engeren Wahl fielen. Acht «Filialleiter-Aspiranten» wurden in grossen Filialen zum Einarbeiten eingesetzt. Der Versuch hat nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Gewiss gab es «Aspiranten», die den Anforderungen zur Führung eines kleinen oder mittleren Ladens genügt hätten, aber es ist klar, dass wir bei der Bewertung des männlichen Verkaufspersonals strengere Masstäbe anlegen müssen, als dies beim weiblichen der Fall ist. Wir erwarten vom *Filialleiter* ganz bestimmte Qualitäten, die bei der Frau naturgemäss weniger ausgeprägt in Erscheinung treten, jedoch für die erfolgreiche Führung einer grossen Filiale unumgänglich sind. Wir verlangen vom männlichen Verkäufer vor allem *ausgeprägten Organisationssinn und die Eignung zur straffen Personalführung.* In den grossen Läden mit Jahresumsätzen von über 600 000 Franken, in denen sechs bis zehn Verkäuferinnen arbeiten, sind Organisation, rationelle Arbeitsweise und gute Personalführung entscheidende Faktoren. Kurzum, es liesse sich nicht begründen, männliche Verkäufer an Stelle von Verkäuferinnen zu setzen, wenn die erwähnten Qualitäten nicht in ausgeprägter Form vorhanden wären.

Der misslungene Versuch hat dann dazu geführt, das Problem durch die eigene *Lehrlingsausbildung* zu lösen, und zwar handelt es sich vor allem einmal darum, einen *beruflichen* Nachwuchs zu schaffen. Ob diese Lehrlinge später auch einen *genossenschaftlichen* Nachwuchs bilden werden, können wir heute noch nicht sagen. Wir sind der Meinung, dass die *genossenschaftliche Schulung nur in beschränktem Masse über die Lehrlingsausbildung gehen kann.* Das sei hier in aller Form betont, um Illusionen und unbegründeten Hoffnungen vorzubeugen. Die Ausbildung von Lehrlingen in Genossenschaftsläden bringt uns nicht unbedingt den Nachwuchs für überzeugte genossenschaftliche Funktionäre. Wir wollen offen gestehen: Die Entwicklung im Lebensmittelhandel drängt uns die Frage der männlichen Filialleitung auf, das heisst wir sehen uns gezwungen, für einen männlichen Verkäufer-Nachwuchs zu sorgen. Wird dann daraus ein genossenschaftlicher, um so besser! Anderseits müssen wir uns aber auch darüber klar sein, dass wir durch die Ausbildung von Lehrlingen auch zukünftige Filialleiter und Funktionäre für die Konkurrenz schaffen. Das ist aber kein Unglück, denn auch die Konkurrenz bildet Leute aus, die gelegentlich in der Konsumgenossenschaft Funktionen übernehmen.

Wir haben bereits gesagt, dass wir bei der Wahl von *Filialleitern* einen strengen Masstab anlegen müssen. Selbstverständlich müssen wir auch bei der Auslese des präsumptiven Nachwuchses einen strengeren Masstab anlegen, als dies bei Lehrtöchtern der Fall ist. Für den Beruf eines Lebensmittelverkäufers ist heute ein gewisses Interesse vorhanden, jedoch nicht in dem Masse wie bei den ausgesprochenen Männerberufen. Die Auslesemöglichkeiten sind heute noch beschränkt, und zwar nicht zuletzt deshalb, weil

die vor der Berufswahl stehenden Jünglinge, deren Lehrer und Eltern die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten des tüchtigen Lebensmittelverkäufers nicht kennen.

Eine bessere Auslesemöglichkeit erhalten wir, sobald Schule und Berufsberatung bessere Aufklärung über die beruflichen Aussichten des Lebensmittelverkäufers geben können.

Der verantwortungsbewusste Verwalter oder Personalchef wird bei der Auslese von Lehrlingen unbedingt auf gute Schulbildung, Intelligenz, anständiges und ordentliches Benehmen Wert legen, und zwar immer im Hinblick auf den *zukünftigen Aufgabenkreis des erwachsenen und berufsreifen Verkäufers.*

Aber auch die Zuteilung der Lehrlinge muss mit besonderer Sorgfalt und Ueberlegung erfolgen, wobei *Charakter und Reife* der Filialleiterin oder des Filialleiters entscheidend sind. Die Ausbildung der Lehrlinge soll wenn immer möglich in Läden erfolgen, welche die in Entfaltung begriffenen geistigen und physischen Kräfte des Jünglings wecken und voll in Anspruch nehmen. Vor allem ist es auch psychologisch richtig, wenn der Lehrling in Läden eingesetzt wird, wo mehrere Verkäuferinnen tätig sind. Wichtig aber ist, dass den Lehrlingen Vorgesetzte gegeben werden, welche menschliche Reife besitzen und auch imstande sind, jederzeit unbedingte Autorität zu wahren. Die Auslese der «Lehrmeisterin» oder des «Lehrmeisters» kann unter Umständen ebenso grosses Kopfzerbrechen verursachen wie die Auslese der Lehrlinge selbst.

Bei der Anstellung und Zuteilung der Lehrlinge müssen wir uns immer vor Augen halten, dass der 15jährige

Bub, welcher scheu und unbeholfen seine Lehre antritt, nach ein bis zwei Jahren zum wackeren Jüngling herangewachsen ist. Besondere Beobachtung erfordern die Pubertätsprobleme, die, wenn sie in Erscheinung treten, wohl in den wenigsten Fällen ohne Rat und Hilfe durch männliche Aufsichtsorgane gelöst werden können. Bis heute blieben wir im grossen und ganzen von unerfreulichen Erscheinungen verschont. Wir sind uns jedoch bewusst, dass uns gegen das Ende der Lehrzeit diese Probleme wohl in vermehrtem Masse beschäftigen werden.

Die beruflichen Leistungen unserer Lehrlinge sind befriedigend. Umfragen haben ergeben, dass man den Lehrling nicht mehr missen möchte; er bildet im Laden eine gute Ergänzung zum weiblichen Verkaufspersonal. Auch die Berufsschule ist mit den Leistungen der Lehrlinge im allgemeinen zufrieden. Begrüsst wurde das «männliche» Element im Lebensmittelladen auch von der Mitgliedschaft. So ungewohnt der männliche Lebensmittelverkäufer der Hausfrau am Anfang auch erscheinen mochte, so selbstverständlich und gern lässt sie sich heute vom angehenden Verkäufer bedienen.

Zusammenfassend möchten wir zum Problem «Lehrlinge» folgende Punkte festhalten:

1. Die Ausbildung männlicher Verkäufer in Genossenschaftsläden ist wünschenswert.
2. Die Auslese der Lehrlinge erfordert grosse Sorgfalt.
3. Die Ausbildung soll wenn immer möglich in grösseren Ladenbetrieben erfolgen.
4. Die Auslese der Vorgesetzten erfordert ebenfalls grösste Sorgfalt; Lehrlinge können nur menschlich und beruflich reifen Personen anvertraut werden.
5. Mit der Ausbildung von Lehrlingen wird ein beruflicher Nachwuchs geschaffen. Uebertriebene Erwartungen in bezug auf eine genossenschaftliche Schulung dürfen mit der Lehrlingsausbildung nicht verknüpft werden.
6. Die Frage des genossenschaftlichen Nachwuchses wird durch die Lehrlingsausbildung im Genossenschaftsladen nicht gelöst.

Und nun noch ein paar Worte zum

Nachwuchsproblem im allgemeinen.

Genossenschafter Dietiker schreibt: «Wenn wir die Jahrgänge unserer leitenden Angestellten überblicken und so den Bedarf an neuen Kräften abschätzen, der sich in den kommenden Jahren einstellen wird, so müssen wir angesichts des Mangels an neuen Kräften besorgt sein.» Ich glaube nicht, dass es an fähigen Leuten fehlt, um leitende Stellen in den Vereinen zu übernehmen. Man muss sich eben entschliessen können, auch ausserhalb der «eigenen Reihen» Umschau zu halten. Die Privatwirtschaft hat zweifellos Kräfte aufzuweisen, welche die beruflichen und ideellen Bedingungen erfüllen, um leitende Funktionen übernehmen zu können. Wir finden ausserhalb der «eigenen Reihen» fähige Kräfte, die ihrer Weltanschauung nach der Genossenschaftsbewegung oft mehr verbunden sind als Leute aus den sogenannten «eigenen Reihen» mit «genossenschaftlicher Schulung». Ich bin mir bewusst, dass diese Bemerkung da und dort Unwillen erregen wird, aber ich halte daran fest, dass man von Kursen und Zirkeln in bezug auf Bildung einer weltanschaulichen Grundlage (und um eine Weltanschauung handelt es sich bei der Genossenschaftsidee!) nicht allzuviel erwarten darf. Ich bin sogar der Meinung, dass es für die Vereine und die Genossenschaftsbewegung im allgemeinen nur von Vorteil ist, wenn fähige Kräfte von aussen her zu uns stossen und unvoreingenommen, ohne «Kursballast», als Praktiker an die Lösung der Probleme herantreten, die uns das Wirtschaftsleben Tag für Tag stellt.

Otto Lezzi

«Bei uns geht das nicht!»

Diesen Ausspruch haben Sie sicher auch schon gehört. Es ist ein gut schweizerischer Ausspruch von Geschäftsleuten und ... Verwaltern, so eingebürgert, dass er als grassierende Krankheitserscheinung bezeichnet werden kann. Vertreter könnten davon erzählen. Es handelt sich dabei nicht allein um die Ablehnung eines neuen Artikels, sondern ebensosehr auch um die Ablehnung von Neuem überhaupt, sei dieses Neue nun eben dieser einzuführende Artikel, sei es ein neuartiger Vorschlag für eine Veranstaltung oder schliesslich eine Propagandaidee, die als absolut neuartig angesehen werden kann, immer wieder taucht dieser Einwand auf: «Bei uns geht das nicht!» Ja ja, bei uns! Diese Leute haben eben ganz besondere Verhältnisse, wie wir sie auf der Welt sonst nirgends mehr antreffen.

Und eben um diese sogenannten andersgearteten Verhältnisse handelt es sich bei unserer Betrachtung. Haben wir auch schon davon gehört, dass man Verhältnisse zielbewusst bestimmen kann, dass man sie bewältigen muss, anstatt von ihnen überwältigt zu werden? Es gab einmal eine Zeit, da es auf unseren Strassen noch keine Motorfahrzeuge gab. Henry Ford hat sich dieser «Verhältnisse» insofern angenommen, als er anfing, sie zu beseitigen. Und wie war es damals, als man auch in der Schweiz die Eisenbahn einzuführen beabsichtigte? «Ja, bei uns geht das nicht, das macht die Menschen verrückt.»

Diese beiden Beispiele aus einer phantastisch rasch vorwärtsdrängenden Entwicklung sollten genügen, um zu beweisen, dass der Ausspruch, den wir hier zum Titel gewählt haben, eines der Hauptargumente des Phlegmas im Menschen ist. Was dieser Einstellung schon alles unter die zermürbenden Räder geraten ist an Ideen, Initiative, Umsatzvermehrung, Erfolg auf vielseitigen Gebieten usw., das kann wohl im Ausmass dem durchgedrungenen Fortschritt gleichgestellt werden.

Millionenwerte gehen auch heute noch jährlich zugrunde, weil soundso viele «Menschen am Steuer» keinen Mut haben, das ihnen vorgelegte Neue mit klaren und weitsichtigen Blicken aufzunehmen, oder die aus angeborener Bequemlichkeit, aus Furcht vor der übergeordneten Behörde etwas rundweg ablehnen, weil es einfach als zu neu und deshalb zu gewagt erscheint.

Zugegeben, nicht alles Neue setzt sich durch, aber gar manches hat sich so glänzend bewährt, dass es sich als Schlager der Saison, ja als Schlager des Jahres entpuppt.

Wir in den Konsumvereinen leiden noch stark an diesem althergebrachten Uebel der voreiligen Ablehnung. Immerhin hat sich auch dieser Himmel in den letzten Jahren zuversichtlich gelichtet, und auf manchen Gebieten sind die Genossenschaften vorangegangen. Demnach verlangt man «draussen an der Front» vielfach vom Verband dies und jenes. Bringt aber der Verband eine Idee, einen Verbesserungsvorschlag, eine neue Zielsetzung, dann ertönt das fünfhundertfache «Das geht bei uns

nicht!» Fassen wir Mut. Nehmen wir uns Zeit zum Ueberlegen. Geben wir uns einen Stupf, wenn dieser eingefleischte Ausspruch wieder unsere Initiative lähmen will. Denn es gibt auch noch ein anderes Wort, und es ist viel mächtiger, begeisternder und erfolgreicher. Es heisst: «*Wo ein Wille ist, da ist auch ein Weg.*» br.

Genossenschaftsidee in der Tschechoslowakei und im Westen

Privatdozent Dr. Paul Reiwald

Gibt es auch in den kommunistischen Diktaturstaaten eine genossenschaftliche Bewegung? Nun, Genossenschaften gibt es, zum mindestens dort, wo sie früher bestanden und sich entwickelt haben, z. B. in der Tschechoslowakei. Aber Bewegung? Das möchte eine andere Frage ein. Allerdings die Zahlen der Mitglieder und Verkaufsstellen sind respekteinflössend. Von den vier grössten tschechoslowakischen Ko-operativen hat die Genossenschaft «Brüderlichkeit» in Prag 3308 Verkaufsstellen und 280 000 Mitglieder, die Genossenschaft ZKD in Pilsen 1240 Verkaufsstellen und 100 000 Mitglieder, die Genossenschaft «Die Biene» in Brünn (Brno) 1900 Verkaufsstellen und 130 000 Mitglieder und schliesslich die Genossenschaft Moravska Ostrava 1175 Verkaufsstellen und 120 000 Mitglieder. Im ganzen stieg die Mitgliederzahl in Böhmen und Mähren von 920 000 am 31. Dezember 1948 auf 1 600 000 am 31. Dezember 1949 und auf 1 900 000 im zweiten Vierteljahr 1950.

Diese Zahlen haben aber nichts zu tun mit der Eigenbewegung, wie sie die Genossenschaftsbewegung entfalten kann, wo kein staatlicher Zwang und kein staatlicher Antrieb hinter ihr steht. Der Aufschwung der tschechoslowakischen Genossenschaften ist zunächst darauf zurückzuführen, dass sie eines der Werkzeuge der Regierung nach der «Eroberung von Prag» waren, mit deren Hilfe sie die Ernährung und die Versorgung mit den nötigsten Konsumgütern in den schweren Nachkriegsjahren zu sichern suchte. Die zweite und wichtigere Ursache aber ist der Zwang, und zwar nicht der direkte Zwang zum Beitritt, sondern der indirekte. Die Genossenschaften spielen eine bedeutende Rolle in der Organisation der Verteilung der Konsumgüter. Wer an ihnen nicht teilnimmt, schneidet sich also ins eigene Fleisch.

Allerdings, wie es sich für eine rechte Diktatur ziemt, sind für die Genossenschaften die beiden wichtigsten Wörter ihres Sprachschatzes «Freiheit» und «Demokratie». «Man beachtet peinlich genau», so schreiben die «Nouvelles Tchécoslovaques», «das Prinzip einer vollkommenen Demokratie für die Wahlen aller Organe der Genossenschaften. Ja, ausser der Direktion und dem Kontrollrat, die sich an der Spitze der Genossenschaften befinden, wählen die Mitglieder in den verschiedenen Zweigstellen einen Ueberwachungsrat, der über die gleichmässige Verteilung der Waren in den Verkaufsdepots und über die Sauberkeit der letzteren wacht.»

Es ist sehr merkwürdig, dass es in der Volksdemokratie noch solcher besonderer Ueberwachungsorgane, die ja ein ausgesprochenes Misstrauensvotum gegen Direktionen und Kontrollräte darstellen, bedarf. Wir gehen bestimmt nicht fehl, wenn wir das Ueberwachungsorgan als etwas ganz anderes auffassen. Solche und ähnliche Organe sind in Russland und in den Satellitenstaaten stets zur politischen Ueberwachung und Bespitzelung der Genossenschaften bestimmt. Sie sind es, die dafür zu sorgen haben, dass die «Parteilinie» ohne Abweichung eingehalten wird.

Was nun aber die freien Wahlen anbelangt, auf die die «Nouvelles Tchécoslovaques» so stolz hinweisen, so muss man daran erinnern, was unter freier Wahl in Russland und den Kominformstaaten verstanden wird. Der amerikanische Kriegskorrespondent White fragte einmal den russischen Arbeiterführer Kuznetzow, was geschehen würde, wenn die Arbeiter bei einer Wahl gegen den vorgeschlagenen Kandidaten stimmen würden. «Aber sie werden nicht dagegen stimmen», lautete die Antwort. Vergeblich suchte White Kuznetzow klarzumachen, dass doch unter diesen Umständen von freien Wahlen keine Rede sein könne. Aber der andere verstand einfach nicht. Es war keineswegs Heuchelei, er hielt wirklich die Wahlen, bei denen die Arbeiter den vorgeschlagenen Kandidaten einstimmig akklamierten, für «freie Wahlen».

Ob es in der Tschechoslowakei, in der immerhin bis zum Umsturz westliche Begriffe geherrscht haben, mehr Heuchelei gibt als in Russland, mag dahingestellt bleiben. In jedem Fall haben die Genossenschaften genau so in Reih und Glied zu marschieren wie alle anderen Organisationen, d. h. mit dem Genossenschaftsgedanken als der Idee der Selbsthilfe, der Initiative, der Verbundenheit ist es zu Ende. Die Diktatur bedient sich der vorhandenen Genossenschaftsorganisationen, gebraucht, wo es dienlich ist, vielleicht auch ihre Symbole und Ausdrücke als Köder, aber für ein echt demokratisches Gebilde wie die Genossenschaft ist selbstverständlich unter der Diktatur kein Platz. Sie sind die gehorsamen Diener ihrer Herren. Sie «melden», so heisst es in den «Nouvelles Tchécoslovaques», dem Präsidenten der Republik, Clement Gottwald, und dem Ministerpräsidenten, Anton Zapotocky, dass sie bereits die für das zweite Jahr des Fünfjahresplanes vorgesehene Ziffer erreicht haben. Auf Schweizer Verhältnisse übertragen: es wäre so, als ob der V. S. K. seine Geschäftsergebnisse dem Bundespräsidenten, Herrn von Steiger, «melden» würde. —

Und doch hat selbst diese gefesselte Genossenschaftsbewegung, die keine mehr ist, vor den westeuropäischen Genossenschaftsbewegungen etwas voraus: Die Genossenschaften sind keine reinen Wirtschaftsunternehmen, während in Westeuropa, zum Beispiel in England, das Geschäft immer mehr die soziale und ideelle Seite des Genossenschaftswesens zu verdrängen scheint. Es ist an dieser Stelle im Oktober 1949 auf die sehr eingehende Studie hingewiesen worden, die «mass observations» über die Entwicklung der Genossenschaften in England zum Gegenstand hatte.

Man stellte fest, dass das Genossenschaftswesen dort an einer schweren Krankheit leidet, der allgemeinen Apathie der Massen. Das will nun keineswegs heissen, dass der Umsatz zurückgeht oder die Zahl der Mitglieder nicht mehr steigt, aber es will besagen, dass der Genossenschaftsgedanke als solcher nur noch wenig zündende Kraft hat. Unter den sechs Gründen, die die Leute dazu bringen, in den Genossenschaften zu kaufen, werden fast nur wirtschaftliche Gründe aufgezählt. Beschämenderweise stehen die ideellen erst an sechster Stelle und sie kamen überhaupt nur für 3% in Betracht! Niemand wird glauben, dass das nur in England so ist, und ich habe

hier bereits nachdrücklich darauf hingewiesen, welche Gefahren der Erfolg der Genossenschaft für die Genossenschaft in sich schliesst.

Es ist so, wie Charles Gide gesagt hat: «Wenn die Genossenschaft nur ein Geschäft ist — und da möchten wir hinzufügen, ein noch so gutes — ist sie ein schlechtes Geschäft.»

Das was in der Tschechoslowakei und anderen Satellitenstaaten zwangsweise erreicht wird, die Durchdringung der Genossenschaft mit ideellen Gesichtspunkten und sozialen Ideen, das müsste bei uns auf freiwilligem Wege erreicht werden. Nur dann könnte sie werden, *was sie war und wieder werden muss:* eine ausdrucksvolle Verkörperung der demokratischen Idee, der Initiative und Selbsthilfe und ein wichtiger Mitkämpfer in dem Kampf, der heute sich nicht nur auf militärischem und wirtschaftlichem, sondern mindestens in gleichem Mass auf ideologischem Felde abspielt. —

Wir sollen uns wohl klarmachen, zu was für einem Zerrbild die Genossenschaftsidee im Bereich der kommunistischen Atmosphäre geworden ist, aber wir sollen uns nicht allzu sehr erheben, sondern die schwere Gefahr erkennen, die die Genossenschaftsidee auch dort bedroht, wo sie sich frei entfalten kann. Wird die Genossenschaft, so wie es Charles Gide gesagt hat, zum blossen Geschäft, dann verliert sie ihre soziale Bedeutung. Dann würde sie zu einem grossen Unternehmen neben anderen grossen Unternehmen geworden sein, das seine besondere Bedeutung eingebüsst hat.

Telephongenossenschaften in den USA

Telephon- und Telegrammdienst sind in den USA *nicht* verstaatlicht. Während der Telegrammdienst fast vollkommen von der Gesellschaft «Western Union» monopolisiert ist, gibt es eine Anzahl von Telephongenossenschaften, die über alle amerikanischen Staaten verbreitet sind. Diese Art genossenschaftlicher Zusammenarbeit findet sich bereits seit langem in Nordamerika. Die älteste dieser Kooperativen stammt aus dem Jahre 1893. Die fruchtbarste Zeit für diese Genossenschaften war die Periode von 1909—1919. In den letzten Jahren sind nur wenige neue Telephonanlagen gegründet worden. Der Grund liegt darin, dass heute fast das ganze amerikanische Territorium von einem dichten Telephonnetz bedeckt wird und hauptsächlich die private «Telephone Bell Company» den Genossenschaften Konkurrenz macht. Als die ersten Telephongenossenschaften entstanden, war der Telephondienst besonders in entlegenen landwirtschaftlichen Distrikten nicht rentabel und die private Konkurrenz war gering.

Die meisten dieser Genossenschaften entstanden noch unter dem «Corporation Act», was ihrer inneren Struktur nicht zuträglich ist, weil die genossenschaftlichen Prinzipien zu wenig geachtet werden. Bloss die Genossenschaften neueren Datums weisen einen strikten genossenschaftlichen Aufbau auf.

Es gibt heute im ganzen 1614 Telephongenossenschaften in Amerika, davon befinden sich 80% in den Nord-Zentral-Staaten. Die meisten verfügen über moderne Einrichtungen, obwohl sie kleinere Monatsraten verlangen als die privaten Unternehmungen. Im ganzen umfasst das genossenschaftliche Telephonnetz ein Gebiet von 45 000 Quadratkilometern. Lisa Reldan, Chicago

WAS IST WAS?

Weisst du, wie heiss dein Stumpen brennt?

Wer hat sich nicht schon einmal — ob Raucher oder nicht — an einer brennenden Zigarre oder Zigarette gebrannt? Eine solche Brandwunde spürt man manchmal noch tagelang. Das ist allerdings nicht erstaunlich, wenn man erfährt, dass die Temperatur des brennenden Teiles eines «Glimmstengels» rund 800 Grad beträgt. Die Physik lehrt, dass sich eine schwache Rotglut bereits bei 625 Grad Celsius einstellt und bei etwa 975 Grad zur hellen Rotglut wird. Zwischen diesen Wärmegraden bewegt sich nun auch die Hitze im Glutteil einer Zigarre, je nachdem wir daran ziehen oder nicht. Würden sich die feinen Rauchpartikel nicht ungemein schnell abkühlen, so liessen wir wohl das Rauchen bald sein. Ebenso könnten wir unsere Rauchwaren nicht «rationell ausrauchen», hätte nicht auch das Tabakblatt ein sehr schlechtes Wärmeleitungsvermögen. So richtig wird uns die Hitze unseres Stumpens eigentlich erst bewusst, wenn wir bedenken, dass wir damit nicht nur Blei, Zinn und Zink, sondern neben verschiedenen andern Metallen auch Aluminium und Silber schmelzen könnten.

Vom echten zum künstlichen Tageslicht

In den letzten Jahren hat sich auf dem Gebiete des künstlichen Tageslichtes eine grosse Entwicklung vollzogen. Es ist heute in den meisten Fällen möglich, Verkaufsräume mit einem künstlichen Licht auszustatten, das demjenigen des Tageslichtes entspricht und die zum Verkauf gelangenden Waren richtig zeigt. Worin besteht nun eigentlich der Unterschied zwischen dem Kunstlicht (selbst dem hellsten) und dem Tageslicht? Betrachten wir die Helle, die uns die Sonne liefert, durch ein Prisma, so sehen wir, dass im Spektrum nicht nur sämtliche Farben — Rot, Orange, Gelb, Grün, Blau, Violett — enthalten sind, sondern auch die unendlich vielen Uebergangsfarben. Beim gewöhnlichen Kunstlicht aber fehlen teilweise einzelne Farben überhaupt, oder die Abstufung zwischen ihnen ist nur sehr gering. Die Farbe aber, in der sich ein Gegenstand darbietet, entsteht durch die Mischung der von ihm zurückgeworfenen Lichtfarben. Das bedeutet aber, dass beispielsweise ein bestimmtes Rot, das im Tageslicht auf einer Ware erscheint, im gewöhnlichen Kunstlicht nicht erscheinen kann, weil es eben darin nicht enthalten ist. So hat man etwa in Metzgereien bei unzulänglichen «Tageslicht»-Lampen plötzlich die unangenehme Erfahrung gemacht, dass gewisse Fleischsorten grau erschienen oder Wurstwaren mit einem grünlichen Schimmer überzogen waren, was sich nicht gerade vorteilhaft auf den Verkauf auswirkte.

Die moderne Tageslichttechnik, die zu einer eigentlichen Wissenschaft geworden ist, geht nun nicht nur dahin, ein möglichst alle Farbtöne und Zwischenstufen umfassendes Kunstlicht zu schaffen, sondern durch die Mischung von verschiedenen Lichtquellen den Anforderungen gerecht zu werden. Es geht heute bereits nicht mehr nur darum, ein möglichst echtes künstliches Licht zu erzeugen, sondern immer nur das Licht, das eine Ware braucht, um vorteilhaft zur Geltung zu kommen. Gy.

Wir Co-optimisten!

Der Stürmi-Fritz sieht eine schöne Aufgabe darin, dafür zu sorgen, dass wir nicht in den guten Vorsätzen stecken bleiben, die wir wohl alle zum neuen Jahr gefasst haben, sondern dass wir zu ihrer Verwirklichung die notwendigen Anstrengungen unternehmen und die nötige Ausdauer aufbringen.

Wenn wir auch heute schon wissen, dass wir vom neuen Jahr nicht nur Gutes erwarten dürfen, so wissen wir doch aus Erfahrung, dass es nach jeder Nacht doch wieder taget.

Wie jeder andere Erdenbürger, so muss auch der Konsumverwalter seine Pflicht erfüllen, so gut er es vermag; auch wenn ihm durch die Zeitverhältnisse Sorgen und Schwierigkeiten verursacht werden. Die Aufgabe ist uns klar: Maximaler Dienst am Konsumenten.

Es geht nun darum, einige der Vorsätze *auch in die Praxis* umzusetzen:

1. Weiterentwicklung der persönlichen Initiative.
2. Verbesserung der Leistungsfähigkeit des Betriebes.
3. Ausbau der Werbung im eigenen Wirtschaftsgebiet.
4. Zuhilfenahme aller gemeinschaftlichen Hilfsquellen (der verschiedenen Fachabteilungen des V. S. K., des Seminars, des Verwaltervereins u. a. m.).

Ganz besonders möchte der Stürmi-Fritz seine Kollegen auf das bisher noch vielerorts brachliegende Gebiet der geschäftlichen Werbung (Propaganda, Reklame) aufmerksam machen. Werbung ist der Betriebsstoff, der das Unternehmen im Gang hält. Werbung ist die Waffe, mit welcher heute der Konkurrenzkampf ausgetragen wird. Werbung ist das Bindeglied zum Konsumenten.

Sorgfältig gepflegte und vernünftige Werbung führt zu guten Abschlüssen, befriedigt die Konsumenten und erzieht sie zu treuen Mitgliedern.

Wenn wir Konsumverwalter auch wenig oder keinen Einfluss auf die Produktion, auf die Qualität und auf die Preisgestaltung haben, so müssen wir um so mehr unsere Anstrengungen konzentrieren auf eine leistungsfähige Warenvermittlung und auf einen vorbildlichen Dienst am Konsumenten. In diesem Sektor sind wir ganz allein verantwortlich und hier hat jeder die beste Gelegenheit, zu zeigen, wie tüchtig er ist. Diese Selbständigkeit verpflichtet.

Dem Verwalter stehen heute für eine zielbewusste Werbung gute Hilfsmittel zur Verfügung, so zum Beispiel der wertvolle Raum der Lokalseiten in der genossenschaftlichen Wochenzeitung, der eine sorgfältige Betreuung verdient, sodann die Monatsplakte des V. S. K., die leider nicht in allen Läden zu sehen sind, Material zur Mitgliederwerbung, das mit Hilfe der Kreisverbände erfolgbringend ausgenützt werden kann, diverse Werbemittel für einzelne Schlageraktionen, passende Klischees für Anzeigen in den Lokalzeitungen, Teilnahme an Gemeinschaftsaktionen, Informationen der Marktforschung, die Schulung des Verkaufspersonals in Warenkunde und Verkaufskunde und anderes mehr.

Vertrauen in die Erfahrung und in den guten Willen anderer ist oft der Schlüssel zu einem erfolgreichen geschäftlichen Aufschwung.

Der Stürmi-Fritz würde es als richtig erachten, wenn der Verwalterverein sich dafür einsetzte, mit geeigneten Vorträgen und Kursen das Verständnis für die Wichtigkeit der «Werbung in den Vereinen» zu fördern. Ebenfalls wird der V. S. K. bereit sein, mit seinen Fachleuten und seinen Spezialabteilungen, mit geeigneten Vorlagen für Inseratangebote, mit guten Plakaten und allen wirksamen anderen Werbemitteln, dem Verwalter in jeder möglichen Weise bei seinen Anstrengungen zu helfen, sofern er dies wünscht.

Der Stürmi-Fritz kennt eine ganze Anzahl Kollegen, die mit ihm gleicher Meinung sind, dass eben ein Konsumverwalter auf unsicheren Füssen steht, wenn er sich in «Propaganda» nicht genügend auskennt, obwohl er ein tüchtiger Kaufmann ist. Es ist deshalb dringend nötig, dass wir «Propaganda» verstehen und handhaben lernen, oder zum allermindesten das Verständnis für deren Wichtigkeit im Geschäftsbetrieb aufbringen.

Hilfsmittel sind zahlreiche vorhanden, weitere können vorbereitet werden. Bereitwillige Hilfe wird gerne gegeben. Ihr seht nun — liebe Kollegen — viele Möglichkeiten für Fortschritt und Erfolg im 1951 liegen in unserer Hand.

Euer Stürmi-Fritz

Der Rückweg

Probleme der westdeutschen Konsumgenossenschaftsbewegung

Wer schon öfters auf hohe Berge gestiegen ist, der weiss, wieviel Ausdauer, Mühe und Schweiss es kostet, den Gipfel zu erreichen. Aber jeder Bergsteiger weiss auch, dass der Rückweg oft viel schwieriger und gefahrvoller ist, weil beim Abstieg Schwindelgefühl, Unsicherheit und andere Umstände den Weg erschweren. Aehnlich wie den Hochtouristen ergeht es jetzt den deutschen Konsumgenossenschaften auf dem Rückweg

vom Konzernbetrieb zur Genossenschaft.

Gewiss, man stellt die Betriebe einfach um, gründet neue Genossenschaften, und alles wird wieder gehen, wie es in den Genossenschaften eben üblich ist. Mit der Umstellung wurde nach Kriegsende sofort und tatkräftig begonnen. In der von den Engländern besetzten Zone wurden schon im Jahre 1946, trotz vieler Hemmungen neue Genossenschaften gegründet; in der amerikanischen und französischen Zone ein Jahr später. Die Rückgabe des von den Nazis geraubten Genossenschaftsvermögens ging nicht so einfach vonstatten; in der französischen Zone erfolgte die Rückgabe des Vermögens überhaupt erst im Jahre 1950. Theoretisch sind die Genossenschaften zwar wieder im Besitz ihres Vermögens — praktisch, das heisst bilanzmässig, wissen sie auch heute noch nicht, wieviel sie von dem einstigen Reinvermögen zurückerhalten und was an Verlusten zu buchen sein wird, da die «Entflechtung» des Konzernbetriebes — Gemeinschaftswerk — noch nicht endgültig abgeschlossen ist. Aus diesem Grunde ist eine Bilanzbesprechung heute noch nicht möglich. Auch über die Wirtschaftlichkeit der wiedererstandenen Genossenschaften lässt sich noch nichts bestimmtes sagen, weil sich eben alles noch im Auf- und Umbau befindet.

Rein äusserlich gesehen könnte man mit der Entwicklung der Konsumgenossenschaften in der Bundesrepublik recht zufrieden sein. Es wurde fleissig und mit Erfolg gearbeitet. Ein grosser Teil, der durch Kriegseinwirkungen zerstörten Betriebe wurde wieder aufgebaut, der schlechte Zustand der Verteilungsstellen weitgehend beseitigt, diese selbst modernisiert und eine erhebliche Anzahl neuer Verkaufsstellen eröffnet. Auch die Umsätze weisen nach Lage der Verhältnisse eine befriedigende Entwicklung auf. Von rein kommerziellen Gesichtspunkten gesehen könnte man sich mit der Entwicklung wohl abfinden wenn — ja wenn nicht jedes Ding seine zwei Seiten hätte. Und mit dieser zweiten Seite müssen wir uns in Deutschland recht eingehend beschäftigen.

Der noch lebende alte Stamm der früheren Genossenschaftsmitglieder war bei der Neugründung zum grössten Teil wieder zur Stelle, allein diese zusammengeschrumpfte Zahl reichte bei weitem nicht aus, den grossen Geschäftsapparat voll auszufüllen und wirtschaftlich zu gestalten. Eine Ueberbrückung dieses gefahrvollen Zustandes war nur möglich, indem die Bestimmung im § 8, Absatz 4, des Genossenschaftsgesetzes, nach welchem Konsumvereine nur an Mitglieder verkaufen dürfen, befristet bis zum 31. Dezember 1951 ausser Kraft gesetzt wurde. Um die Beseitigung dieser die Konsumgenossenschaften unter ein Ausnahmerecht stellenden Bestimmung wird auch heute noch erbittert gekämpft. Nur unter dieser Voraussetzung war die Fortführung der Betriebe unter einer genossenschaftlichen Leitung überhaupt möglich. Man gab also den Genossenschaften Zeit, bis Ende 1951 den Mitgliederkörper wieder aufzubauen. Ob nach dem Ablauf dieser Frist diese diskriminierenden Bestimmungen des Genossenschaftsgesetzes aufgehoben werden, ist noch nicht sicher. Und so ist die Unruhe in den Kreisen vieler Genossenschaften durchaus berechtigt, was werden soll, wenn

vom Jahr 1952 ab nur noch an Mitglieder verkauft

werden darf.

Wie verheerend die zwölf Jahre Naziwirtschaft sich für den Konsumgenossenschaftsgedanken ausgewirkt haben, wird erst jetzt so recht sichtbar. Hinsichtlich der Werbung neuer Mitglieder wurde in den letzten drei Jahren wirklich fleissig gearbeitet. Die Mitgliederzahl ist zwar fortgesetzt gestiegen, doch das Tempo dieser Entwicklung ist viel zu schleppend und auch ganz unbefriedigend. Am 31. Dezember 1949 betrug die Mitgliederzahl im Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften 1 018 995 Genossenschafter und ist bis zum 30. November 1950 — der letzten vorliegenden Ziffer — auf 1 308 669 gestiegen.

Vergleicht man die Mitgliederzahlen nach Berufen geordnet mit der Statistik des Jahres 1930, so stellt man überrascht fest, dass sich ein ganz erheblicher *Strukturwandel* in der Mitgliedschaft vollzogen hat. Die nachstehenden Prozentzahlen mögen das veranschaulichen:

	Landwirtschaft	Arbeiter	Kaufmännische Angestellte	Selbständige Gewerbetreibende	Freie Berufe, Staats- und Gemeinde-Beamte	Hausfrauen und Personen ohne Beruf
	%	%	%	%	%	%
1930 . .	5.06	69,36	—	4.77	9,05	11,76
1949 . .	2,9	39,3	9.0	3,3	8,3	37,2

Bei den Berufsgruppen: Landwirtschaft, selbständige Gewerbetreibende und den Angehörigen der freien Berufe, Staats- und Gemeindebeamte, hat sich das Prozentverhältnis zur Gesamtmitgliedschaft nur wenig geändert; zusammen beträgt da der Rückgang rund 4%. Eine starke Verschiebung hat sich in der Gruppe der Arbeiter und Angestellten in den gewerblichen Betrieben vollzogen; hier beträgt der Rückgang mehr als 21%. Dagegen erfuhr die Gruppe: Hausfrauen, Rentner usw. eine Zunahme von mehr als 25%. Hier sind es wohl in erster Linie die Kriegerwitwen und Sozialrentner, die bei ihren kümmerlichen Einkommen die Segnungen konsumgenossenschaftlicher Betätigung zu schätzen wissen.

Am 31. Dezember 1950 hat der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) seine Mitgliederzahlen veröffentlicht. Wie wir dem Mitteilungsblatt des DGB entnehmen, beträgt die Gesamtmitgliedschaft 5 278 585. Davon sind 4,3 Millionen Arbeiter, über 546 000 Angestellte und über 342 000 Beamte. Rechnet man zu diesen Zahlen die in der Gewerkschaft der Angestellten Organisierten, die dem DGB nicht angeschlossen sind, so ergibt sich, dass *in der deutschen Bundesrepublik rund 5,5 Millionen Menschen gewerkschaftlich organisiert* sind. Diese Zahlen interessieren unsere Genossenschafter deswegen ganz besonders, weil man annehmen müsste, die Gewerkschafter hätten ein besonderes Interesse an den Konsumgenossenschaften in ihrem wirtschaftlichen Existenzkampf. Noch aus anderen Gründen interessieren wir uns für die

gewerkschaftliche Entwicklung. Die Gewerkschaften halten es für ganz selbstverständlich, dass in den Konsumgenossenschaften kein Arbeiter oder Angestellter beschäftigt wird, der nicht gewerkschaftlich organisiert ist. Die Gewerkschaften halten es auch für ganz selbstverständlich, dass die Genossenschaften die besten Löhne bezahlen und die günstigsten Arbeitsbedingungen gewähren, also vorbildlich auf allen Gebieten sein müssen — und es auch tatsächlich sind. Ferner werden verschiedene Zweige der Wirtschaft von den Genossenschaften und den Gewerkschaften gemeinsam betrieben: «Alte Volksfürsorge», Gewerkschaftlich-Genossenschaftliche Lebensversicherungsgesellschaft; «Eigenhilfe», Sachversicherungsgesellschaft; die «Banken für Gemeinwirtschaft» und die «Gemeinwirtschaftliche Hochseefischerei». An einzelnen Orten werden auch noch andere Angelegenheiten von beiden Organisationen gemeinsam betrieben. Muss es da nicht befremdend wirken, wenn man feststellt, wie wenig die gewerkschaftlich Organisierten sich um die Genossenschaft kümmern und wie wenig sie von den Genossenschaften überhaupt wissen. Der grösste Teil der Gewerkschaftsmitglieder kann den Zusammenhang zwischen Preis und Lohn noch nicht begriffen haben, sonst müssten sie doch wenigstens etwas von der preisregulierenden Tätigkeit der Genossenschaften wissen.

Bei der engen Verbindung, die zwischen den Gewerkschaften und den Genossenschaften besteht, ist es wohl berechtigt, zu fragen, welchen Anteil die Gewerkschaftsmitglieder in den Reihen der Genossenschaften einnehmen. Und da kommt man zu einem direkt niederschmetternden Ergebnis. Während im Jahre 1930 die Zahl der gewerkschaftlich Organisierten annähernd drei Viertel der Mitgliedschaft in den Konsumgenossenschaften betragen haben dürfte, ist diese Zahl für das Jahr 1949 auf etwa 50% zurückgegangen. Setzt man die Zahl der gewerkschaftlich Organisierten in den Genossenschaften zu den Gesamtmitgliederzahlen der Gewerkschaften in ein vergleichendes Verhältnis, dann ergibt sich, dass nicht mehr als 10 bis höchstens 14% der Gewerkschaftsmitglieder bisher den Weg zu den Konsumgenossenschaften gefunden haben. Besonders schlimm sieht es in dieser Hinsicht im südwestdeutschen Verbandsbezirk aus. Und da greifen wir wieder ein einziges Beispiel heraus, um zu zeigen, wie es in der Theorie und in der Praxis mit dem Verhältnis der Gewerkschaften zu den Genossenschaften steht. In dem industriell hochentwickelten Wirtschaftsbezirk Frankfurt-Offenbach/Main, gibt es etwa 140 000 gewerkschaftlich Organisierte. In den zwei, für diesen Bezirk zuständigen Genossenschaften zählte man am 30. November 1950 17 335 Mitglieder (gegenüber 45 453 im Jahre 1930, während die Zahl der Verkaufsstellen von 183 auf 148 zurückging). Legt man die Vergleichszahlen des Jahres 1949 der Berechnung zugrunde, wonach höchstens 55% der Genossenschaftsmitglieder aus den Kreisen der Gewerkschaften stammen, dann ergibt sich, dass in diesem Bezirk nur etwa 7% der gewerkschaftlich Organisierten Mitglieder dieser zwei Genossenschaften sind.

Es wird auch von uns Genossenschaftern gerne vermerkt, dass das Land Hessen das Mitbestimmungsrecht der Arbeiter in den Betrieben gesetzlich sichergestellt hat. Das Mitbestimmungsrecht der Arbeiter in den Betrieben bedeutet sicherlich einen grossen Fortschritt für die Arbeiter. Doch damit allein kommt man nicht aus, soll der Lebensstandard des arbeitenden Menschen wirklich gehoben werden. Dazu braucht man auch leistungsfähige Konsumentenorganisationen, wo nicht allein das Mitbestimmungsrecht für die Beschäftigten besteht, sondern auch der Mitbesitz in den Betrieben.

Mitbestimmung und Mitbesitz — ist das dasselbe? Der Unterschied zwischen diesen ist, um ein Beispiel zu wählen, etwa der zwischen einem Gutsbesitzer und einem Gutspächter. Der Gutspächter, der das Gut bewirtschaftet, besitzt im weitesten Umfange das Mitbestimmungsrecht — er wird aber nie Mitbesitzer. Und wenn einmal der Pachtvertrag gekündigt wird, was hilft dann noch das Mitbestimmungsrecht? . . .

In der Konsumgenossenschaft handelt es sich um *echten Mitbesitz in der Wirtschaft;* das vermögen viele Menschen einfach nicht zu begreifen. Auch begreifen sie nicht, dass trotz Mitbestimmungsrecht und Lohnerhöhung keine Verbesserung der Lebensverhältnisse eintreten wird, wenn es nicht gelingt, die Preis- und Lohnspirale zu stabilisieren. Die deutschen Gewerkschaftsmitglieder haben bisher den Rückweg zur Genossenschaft noch nicht gefunden, hoffentlich finden sie ihn bald.

*

Man wird nun mit Recht fragen, weshalb sich die Gewerkschafter nur so zögernd den Konsumgenossenschaften anschliessen. Welches ist der tiefere Grund?

Die Enttäuschung, die der grösste Teil der deutschen Bevölkerung, im besonderen die deutsche Jugend durch das Hitlertum erlebt hat, ist der Grund, dass man sich nicht mehr fest in einer Organisation binden will. Die Menschen sind zu arg belogen und betrogen worden, sie wollen daher «von allem nichts mehr wissen». Auch die Gewerkschafter klagen über das mangelnde Interesse der Arbeiterschaft gegenüber ihrer Bewegung — von den politischen Parteien schon ganz zu schweigen. Selbst kulturelle Organisationen und Jugendverbände machen da kein Ausnahme. Das «Fegefeuer» der «Entnazifizierung» ist noch zu deutlich in Erinnerung, und so wittert man überall Gefahr — wenn es einmal wieder anders kommen sollte. — So müssen auch die Genossenschaften gleich den anderen Organisationen darunter leiden, dass ihrer Entwicklung Passivität und Misstrauen hindernd im Wege stehen.

Welchen inneren Hemmungen die deutsche Jugend unterliegt, soll an einem Beispiel verdeutlicht werden: Die neuerlich ins Auge gefasste sogenannte «Remilitarisierung» hat die gesamte Bevölkerung Deutschlands tief aufgewühlt. Besonders die Jugend, die unmittelbar davon betroffen würde, hat heftig darauf reagiert: «Man will nicht mehr, wir haben schon genug Opfer gebracht.» Am 13. und 14. Dezember 1950 wurde die Studentenschaft der Universität Heidelberg von ihrem allgemeinen Studentenausschuss aufgerufen, sich zur Frage einer deutschen Wiederbewaffnung durch eine geheime Befragung zu äussern. Von den 4000 immatrikulierten Studierenden beteiligten sich nur 1936, also nicht einmal die Hälfte. Das Ergebnis dieser Befragung wurde nicht veröffentlicht, da der allgemeine Studentenausschuss bestimmte, dass das Ergebnis nur dann bekanntgegeben würde, wenn sich zwei Drittel der Studentenschaft an der Abstimmung beteiligten. Man sieht auch in dieser wichtigen und ernsten Frage, dass die Jugend selbst einer Befragung aus dem Wege geht. Man will sich nicht festlegen, will nicht befragt werden . . . Die Menschen müssen nach all den bitteren Erfahrungen zuerst den Weg zu sich selbst finden.

*

Der kommerzielle Apparat der Genossenschaften konnte trotz grösserer Verluste über Nazizeit und Krieg

in die Gegenwart hinüber gerettet werden. Anders dagegen sieht es mit der geistigen Haltung und der ideellen

inneren Bindung der Menschen an der Konsumgenossenschaft

aus. Und auch da beginnen die Schwierigkeiten und die Gefahren auf dem Rückweg zur echten Genossenschaft. Das geistige Fundament ist schon in der Aera der «Verbrauchergenossenschaften» unterhöhlt und beseitigt worden. Als dann im Jahre 1942 auch die letzte materielle Bindung zur Genossenschaft durch die Rückzahlung der Geschäftsanteile beseitigt war, sprach man bewusst und mit Recht nur noch von «der Kundschaft». Das gegenseitige Band zum Unternehmen bestand im eigentlichen Sinne ja schon längst nicht mehr.

Wo «Treu und Glauben» so gründlich zerstört worden sind wie in Deutschland, da braucht es lange Zeit bis die Schäden geheilt und das Vertrauen wieder hergestellt sind. Man zögert, zweifelt an dem gesprochenen und gedruckten Wort — da hilft nur Geduld, viel Geduld und unentwegte, fleissige Arbeit. Die Menschen brauchen Zeit, um sich in der Wirrnis alles Geschehens zurechtzufinden. Wir müssen die Worte durch Taten immer wieder neu beweisen, dann wird auch der genossenschaftlichen Werbearbeit mehr Erfolg beschieden sein.

Volle zwölf Jahre wurde nichts getan, um junge Mitarbeiter für die Genossenschaftsbewegung heranzubilden. Nun fehlt es an guten, geeigneten Kräften. Eine planmässige Schulung von jungen Kräften konnte erst neu einsetzen, nachdem die Genossenschaften wieder voll im Besitz ihrer Betriebe waren. Naturgemäss fehlte es auch da an geeigneten Kräften, es fehlte an Lehrräumen, an Lehrmaterial, kurz an allem, was zur Erziehungs- und Bildungsarbeit nötig ist. Wo sollte zuerst begonnen werden, es fehlte ja überall.

In der Gründerzeit der Konsumgenossenschaften konnte alles langsam organisch wachsen, da kannte einer den anderen und das Risiko war viel kleiner. Der Aufbau vollzog sich von unten nach oben. Nun ist es aber umgekehrt: Der Aufbau der neuen Genossenschaften muss sich von oben nach unten vollziehen.

Es ist ein riesiger wirtschaftlicher Apparat vorhanden und der soll nun mit genossenschaftlichem Geist und demokratischen Arbeitsmethoden ausgefüllt werden.

In der Gründerzeit drängten die Menschen aus innerem Trieb, aus einem von Ueberzeugung getragenen Wollen zur Genossenschaft; heute dagegen muss selbst einem Teil der leitenden Personen erst das geistige Rüstzeug auf dem Wege der «Umschulung» beigebracht werden. Es blieb auch in den Betrieben der «Verbrauchergenossenschaften» nicht aus, dass ein erheblicher Teil der in bevorzugten Stellen Beschäftigten, teils unter Druck, teils aber auch freiwillig in den nationalsozialistischen Pferch geraten waren, und nun den Rückweg zum genossenschaftlichen Handeln und demokratischen Denken nur schwer finden können. Diese und andere Hemmungen, vor allem vom Geist des Konzernbetriebes loszukommen, haben viel geistige und physische Kräfte verbraucht.

Es war nicht schwer, einen innerlich gesunden Genossenschaftsbetrieb in einen kapitalistischen Konzernbetrieb umzuwandeln. Es ist aber eine ungeheure Aufgabe, aus einem wirtschaftlich schwer angeschlagenen und geistig verwilderten Konzernbetrieb wieder genossenschaftliche Unternehmen zu machen, die auch den Ehrentitel einer echten Genossenschaft verdienen.

Schulung oder Umschulung? Man kann in geistiger Hinsicht die Menschen anregen und dieses Denken in eine bestimmte Richtung lenken. Das ist eine Frage der Erziehung. «Umschulen» dagegen kann man die Menschen nur bei körperlichen Verrichtungen. Eine planmässige Erziehungsarbeit aller in den Genossenschaften Beschäftigten ist eine der vordringlichsten Aufgaben. Besser noch als alle Schulung ist das Vorleben, das lebendige Vorbild. Damit muss schon bei der Spitze angefangen werden. Nur das gute Vorbild wirkt überzeugend, Worte sind meist Schall und Rauch. Mit Ausdauer, Hingabe und Fleiss, vorbildlicher Haltung, Opferbereitschaft und Mut wird es schon gehen — das andere überlassen wir der Zeit . . . Michael Pichler, Heidelberg

Eidgenössische Weinhandelskommission

Die Eidgenössische Weinhandelskommission, welche mit dem Vollzug des Bundesratsbeschlusses über die Ausübung des Handels mit Wein, vom 12. Juli 1944, betraut ist, hat ihren fünften Geschäftsbericht herausgegeben. Diesem ist zu entnehmen, dass in der Zeit vom 1. September 1949 bis 31. August 1950 162 Gesuche um die Erteilung der Weinhandelsbewilligung eingegangen sind, denen 141 Verzichte und andere Abgänge gegenüberstehen, so dass sich die Zahl der Bewilligungsinhaber per Ende August 1950 auf 1651 beläuft.

Die Kontrollergebnisse bei 704 Bewilligungsinhabern ergaben folgende Resultate:

	1. 9. 1949—31. 8. 1950 Anzahl	%	Durchschnitt 1945/1950 %
Keine oder nur geringfügige Beanstandungen	657	93.3	85.1
Ueberweisung zur Strafverfolgung	30	4.3	6.3
Strafverfolgung mit Antrag auf Entzug der Weinhandelsbewilligung	3	0.4	3.1
Unerledigte Inspektionsberichte .	14	2.0	5.5
	704	100	100

Diesen Zahlen kann mit Befriedigung entnommen werden, dass gegenüber den früheren Jahren eine wesentliche Besserung eingetreten ist. Dies gilt besonders auch für Firmen, bei welchen seinerzeit Verfehlungen festgestellt wurden. Fälle schwerer Art sind nur noch ganz vereinzelt vorgekommen.

Die Kontrolle der richtigen Deklaration der Weine auf den Flaschenetiketten wurde fortgesetzt. Nachdem im Vorjahre ca. 10 000 Etiketten für Schweizer Weine einer Prüfung unterzogen worden waren, befasste sich die Eidgenössische Weinhandelskommission im Berichtsjahr mit der Kontrolle von ca. 17 000 in der Schweiz zirkulierenden Flaschenetiketten für Fremdweine. Von den bisher insgesamt geprüften ca. 27 000 verschiedenen Etiketten wurden ca. 1100 als nicht den lebensmittelpolizeilichen Vorschriften entsprechend befunden.

Dem Bericht ist ferner zu entnehmen, dass es nach Ueberwindung erheblicher Schwierigkeiten gelang, im August 1950 die Weinfachschule in Wädenswil für die deutschsprachige Schweiz zu gründen, nachdem am 15. Dezember 1948 bereits jene für die Westschweiz in Lausanne eröffnet werden konnte. Damit wurde auch ein langjähriges Postulat der Eidgenössischen Weinhandelskommission erfüllt, indem nun die dringend benötigten Ausbildungsmöglichkeiten für Bewilligungsbewerber ohne genügende Fachkenntnisse geschaffen sind.

Instruktionskurs für das Verkaufspersonal

Sonntag, den 25. Februar 1951, im Hotel «Drei Könige», in Chur

TAGESORDNUNG

10.00—12.00 *Verkaufshandlung als solche und Verkaufspsychologie.* Vortrag mit anschliessender Aussprache
Referentin: *Frl. Liny Eckert*, Lehrerin am Genossenschaftlichen Seminar, Freidorf
12.00—14.00 Gemeinsames Mittagessen
14.00—16.00 *Ladenführung.* Referentin: *Frl. Haintaler*, Instruktionsverkäuferin des V. S. K.

Die Kosten für das Mittagessen trägt die Kreiskasse.
Wir ersuchen die Vereinsverwaltungen dringend, ihr Verkaufspersonal *vollzählig* zu dieser Tagung abzuordnen.
Anmeldung der Teilnehmer bis spätestens Freitagabend, 23. Februar 1951, an den Consumverein Chur (Telephon [081] 2 19 21).
Mit genossenschaftlichen Grüssen!

Namens des Kreisvorstandes IXb
G. Schwarz, Präsident

Zentralverwaltung

Rückzug der alten 1- und 2-Rappen-Stücke

Am 1. Dezember 1950 hat der Bundesrat beschlossen, die 1- und 2-Rappen-Stücke mit dem alten Münzbild, nämlich die Münzen aus **Bronze** der Prägejahre 1850/1941 und die von 1942/1946 geprägten **Zinkmünzen** auf den 28. Februar 1951 ausser Kurs zu setzen. Vom 1. März 1951 an werden somit nur noch die **neuen Bronzemünzen** aus den Prägejahren 1948 und folgenden gesetzliche Zahlkraft haben.

Die alten Münzen werden von der Eidg. Staatskasse, der Post und der Schweizerischen Nationalbank noch während 6 Monaten, also bis zum 31. August 1951, zum vollen Nennwert eingelöst werden. Nach diesem Datum wird nur noch der Metallwert der Münzen vergütet.

Wir bitten unsere Verbandsvereine um gebührende Kenntnisnahme.

WO ISST MAN GUT IN BASEL?

Kurs für Rechnungsrevisoren

am 25. Februar 1951

Irrtümlicherweise unterblieb auf dem Zirkular die Angabe des Kursortes. Der Kurs beginnt um 9.30 Uhr im *Unionssaal Volkshaus, Bern, Zeughausgasse.*

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Konsumverein Rümlang (Zch.) sucht auf 1. April eine zuverlässige **Zweite Verkäuferin**, mit Kenntnissen in der Lebensmittel-, Manufaktur- und Schuhwarenbranche. Offerten mit Zeugnisabschriften und Photo sind einzureichen an den Präsidenten des Konsumvereins, Herrn Joh. Steinemann, Rümlang.

Angebot

Junge **Verkäuferin**, die nach abgeschlossener Lehre noch ein Jahr in der Lebensmittelbranche tätig war, sucht auf das Frühjahr Stelle in einer Konsumgenossenschaft. Offerten sind zu richten an Margrit Hurni, Scheidweg, Fischingen (Thurg.).

23jähriger **Bäcker**, gutausgewiesen, mit 4jähriger Praxis und Kenntnissen in der Konditorei, sucht Stelle in Konsumbäckerei. Referenzen zu Diensten. Eintritt 1. März. Offerten erbeten unter Chiffre T. L. 25 an die Kanzlei II. Departement V. S. K., Basel 2.

ZENTRALVERWALTUNG

Wir haben die schmerzliche Mitteilung zu machen von dem am 7. Februar 1951 nach schwerer Krankheit erfolgten Hinschiede des in unserem Lagerhaus 6 in Pratteln beschäftigten Angestellten,

HERRN **EMIL BIELSER-SIEGRIST**

Herr Bielser war seit 7. August 1916 bei uns tätig und erreichte ein Alter von 57 Jahren. Auf 1. Januar 1951 erfolgte seine befristete Pensionierung. Wir verlieren in dem Verstorbenen einen stillen und fleissigen Mitarbeiter, dem wir stets ein gutes Andenken bewahren werden.

INHALT: *Seite*

Rückvergütung und Verkauf zu Tagespreisen 81
Neue Trauerbotschaften 83
Lehrlinge und genossenschaftlicher Nachwuchs . . . 84
«Bei uns geht das nicht!» 85
Genossenschaftsidee in der Tschechoslowakei und im Westen 86
Telephongenossenschaften in den USA 87
Was ist was? 87
Wir Co-optimisten! 88
Der Rückweg 89
Eidgenössische Weinhandeskommission 91
Kreis IXb: Instruktionskurs für das Verkaufspersonal . . 92
Kreis IIIa: Kurs für Rechnungsrevisoren 92
Zentralverwaltung 92
Arbeitsmarkt 92
Nekrolog 92